

Im Gespräch bleiben, ins Gespräch kommen

Trotz Trockenjahr, Pflanzausfall, Käferkatastrophe – warum es sich lohnt, jetzt Ihre Zeit in die Kommunikations- und Beziehungsarbeit zu investieren.

Nancy Koller, Anika Gaggermeier

Nach einem forstwirtschaftlich intensiven Jahr 2018 haben Sie wahrscheinlich beide Hände voll zu tun und wenig Zeit und Muße, sich mit Kommunikationsthemen zu befassen? Das sollten sie aber gerade jetzt, wenn man den Ergebnissen des Projektes „KomSilva“ Glauben schenken darf. Aufmerksamkeit bei bisher unbekanntem oder „inaktiven“ Waldbesitzern, die häufig in solchen Extremjahren entsteht, ist eine große Chance.

Der Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik der Technischen Universität München (TUM) führte im vergangenen Jahr eine bundesweite Online-Befragung zu „neuen“ Waldbesitzern, Waldbesitzeraktivierung und -kommunikation durch. Der Fragebogen beruht auf Methoden der qualitativen empirischen Sozialforschung und richtete sich an forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse (FWZ) sowie in der Waldbesitzerberatung tätige Förster und Dienstleister. Ziel der Befragung war es, Einflussfaktoren auf die Kunden- und Mitgliederentwicklung zu identifizieren und die Relevanz der „neuen Waldbesitzer“ [2, 3] in der Praxis zu erfassen.

Der Waldbesitzerwandel ist sichtbar

Ein zentrales Resultat dieser Befragung: Der Teilnehmerkreis nimmt einen gesellschaftlichen Wandel bei den Waldbesitzern bereits wahr. Dies betrifft die Ansprüche an die Art und Weise der Kommunikation, an die Beratung und an das Serviceangebot. Dieser Wandel wird jedoch nicht nur als Problem, sondern als Chance begriffen.

Aus Sicht der Befragten lassen sich die häufigsten Gründe für den Kontakt zwischen Förster und Waldbesitzer herleiten: Externe Rahmenbedingungen wie Sturm,

Kalamitäten oder die politische Neuorganisation forstlicher Strukturen haben nach wie vor den größten Einfluss auf einen Kunden- bzw. Mitgliederzuwachs. Weitere Faktoren umfassen Vererbung, Empfehlung oder die Folge geglückter Öffentlichkeitsarbeit.

Dies zeigt, wie bereits bekannt, dass Interesse an einer Beratung bzw. Hilfestellung dann bei Waldbesitzern wächst, wenn sie sich in einem Zustand der Verunsicherung befinden.

Durch Sturm, Käfer, Frost - also großen Problemen – gibt es einen regelrechten Schub und dies eröffnet Kommunikationsfenster. Auch beim Besitzübergang sind die Erben häufig verunsichert und suchen fachlichen Rat.

Solche Ausnahmesituationen verursachen in der Wahrnehmung der befragten Förster zunächst nur einen großen Aufwand. Kalamitäten und deren Bewältigung gehören in dieser aktuellen Befragung zu den am häufigsten genannten Herausforderungen des Arbeitsalltags, was die bisherigen Ergebnisse bestätigt. Bewältigt werden diese Ausnahmesituationen durch den Aufbau neuer Strukturen, dem Weiterentwickeln von Prozessen und häufig durch das Einstellen von Fachpersonal.

Dieses Phänomen kann durchgehend beobachtet werden und folgt einem typischen Verlauf. Im Kalamitätsfall entsteht eine große Nachfrage nach Dienstleistung und um dieser Nachfrage nachzukom-

Schneller Überblick

- Der Waldbesitzerwandel zeigt sich, neue Kommunikationsformen sind gefragt
- Gleich bleibt: Durch aktive, regelmäßige und persönliche Kommunikation mit Waldbesitzenden wird ein langfristiges Vertrauensverhältnis gefördert
- Besonders gut eignen sich hierfür Aufmerksamkeitsfenster, bei denen die Waldbesitzenden mit ihrem Waldbesitz konfrontiert sind
- KomSilva schafft für unterschiedliche Informationskanäle gezielte Hilfsmittel für die Aktivierung vorhandener als auch zur Akquirierung neuer Mitglieder und Kunden

men, werden Personal und Strukturen aufgebaut. Durch den Zuwachs an Personal kann dann nach Überwindung der Herausforderung das Dienstleistungsangebot ausgebaut und somit das zusätzliche Fachpersonal gehalten werden [1].

Nach wiederholten Durchläufen dieses Unternehmerzyklus kommt es in den Strukturen zu einer Stabilisierung auf höherem Niveau. So verwundert es nicht, dass sich bei vielen FWZ nach mehrmaligen

Krisenereignissen eine Kapazitätsgrenze identifizieren lässt. Dies zeigt sich unter anderem dadurch, dass von den Befragten bisher kaum aktiv Mitglieder- bzw. Kundenakquise betrieben wird und auch wenig Vorhaben existieren, dies in näherer Zukunft zu tun.

Hier offenbart sich ein Dilemma für die Ansprache von Waldbesitzern: in einer Arbeitsspitze bleibt nur wenig Zeit für persönliche Gespräche oder die Entwicklung von innovativen Wegen in der Kommunikation mit Waldbesitzern. Ein Dilemma, weil gerade hier die Aufmerksamkeit bei den Waldbesitzern höher ist. Besonders Eigentümer, welche geringe Kenntnisse über die Abläufe in einem Schadensfall haben, sind eher bereit, sich professionelle Hilfe zu holen. Da sie aber oft nicht dem „klassischen“ Klientel entsprechen, mit welchem bereits erfolgreich kommuniziert wird, werden sie seltener von einer medialen Außenkommunikation erreicht.

In der Befragung ist erkennbar, dass

sich Vorstände der FWZ verstärkt Gedanken darüber machen, wer zukünftig die ehrenamtlichen Tätigkeiten in ihrem Verein weiterführt. Es wird zunehmend schwieriger, vor Ort verankerte Waldbesitzer mit der notwendigen Bereitschaft und Zeit zu finden, die sich im Ehrenamt engagieren. Dieser Aspekt verdeutlicht, dass die Problematik des sich wandelnden Waldbesitzer-Klientels bereits Folgen für die Vereine hat.

Als zukunftsfähig sehen die Befragten, das in Krisensituationen eingestellte Personal nachhaltig zu finanzieren, Kunden bzw. Mitglieder zu binden und Prozesse dauerhaft weiterzuentwickeln. Eine zentrale Herausforderung besteht jedoch darin, die kommenden Erbgenerationen für die Zusammenschlüsse zu interessieren und ein vertrauensvolles Verhältnis zu bewahren.

Vertrauen in die Kompetenz ist aus Sicht der Befragten der Schlüssel zur langfristigen Bindung der Kunden- und Mitglieder.

Um dieses Vertrauensverhältnis aufzubauen, bewerten nahezu alle Antwortenden des Fragebogens das persönliche Gespräch als wichtigsten Baustein. Auf welchem (Kommunikations-) Weg dieses zustande kommt, kann dabei vielfältig sein. Weitere Komponenten, sich langfristig das Vertrauen der Waldbesitzer zu verdienen, sind transparente Strukturen und eine hohe Dienstleistungsqualität.

FWZ entfalten ihren Wirkungskreis satzungsgemäß innerhalb ihrer Mitglieder. Im Idealfall genießen sie auch über diesen Kreis hinaus das Vertrauen, eine gute und sinnvolle Arbeit zu leisten. Dieses Image entscheidet häufig, ob sich potenzielles Klientel für eine Dienstleistung, eine Mitgliedschaft oder eine Beratung entscheidet. Empfehlungen durch Dritte sowie das Kennenlernen durch Kooperationen sind neben Elementen der klassischen Öffentlichkeitsarbeit (Presse, Veranstaltungen) die erfolgreichsten Faktoren, die in der Befragung angegeben wurden, um den bisherigen Wirkungskreis zu erweitern.

Neue Wege in der Kommunikation gehen?

Die Projektpartner von KomSilva (Kuratorium für Waldarbeit und Forsttechnik e. V., Bayerische Cluster-Initiative

Das Projekt KomSilva

Das Projekt KomSilva – Entwicklung und Einsatz von Kommunikations- und Beratungshilfen für den Privat- und Kommunalwald zur Waldbesitzeransprache und zur Intensivierung der forstlichen Öffentlichkeitsarbeit (Laufzeit 08/2017 bis 01/2020) wird gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL).

Info: <http://komsilva.de>

Forst und Holz gGmbH, Unique forestry and land use gGmbH) luden für die Schwerpunkt-Projektregionen Bayern, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen Praxisexperten ein, um unterschiedliche regionale Ausprägungen bei der Entwicklung von Kommunikations- und Beratungshilfen zu berücksichtigen und diese noch stärker am Praxisbedarf zu orientieren. Dieser Expertenkreis setzte sich aus Vorständen, Geschäftsführern und Mitarbeitern von FWZ, Dienstleistern sowie Vertretern des KomSilva-Projektbeirates zusammen.

Umsetzung in der Praxis

Dabei zeigte sich eine hohe Bereitschaft der Praxisexperten, neue Wege in der Kommunikation mit Waldbesitzern zu gehen. Ein großes Interesse bestand darin, Weiterbildungsmöglichkeiten kennen zu lernen, neue Ideen und vorhandene Erfahrungen auszutauschen. Aufgrund des beschriebenen Mangels an Zeit, sich im Alltag in moderne Kommunikationsthematiken einzuarbeiten, sind fertige und auf die eigene Organisation leicht anzupassende Materialien stark nachgefragt.

Waldbesizertypen spielen aus Sicht der Teilnehmer in der Kommunikation mit den Waldbesitzern eine wichtige Rolle. Dabei existieren jedoch keine einheitlichen Vorstellungen, sondern eher unterschiedliche Stereotypen. Zielgruppenorientierte Konzepte und Angebote deutlich bevorzugt.

KomSilva entwickelt im Rahmen des Forschungs- und Entwicklungsvorhabens Kommunikationsmittel wie virtuelle Waldvideos (VR), fertige Inhalte für soziale Medien sowie Konzepte für zielgruppenspezifische Veranstaltungen

(z. B. für Familien, „der Generationenwald“), die eine Waldbesitzeransprache auf vielen Ebenen unterstützen. Die entwickelten Materialien können daher zeit- und kostensparend eingesetzt werden und sind an unterschiedliche Waldbesitzerinteressen anpassbar.

Schulungsunterlagen in verschiedenen Formaten sowie Nachschlagewerke (Vorlagen, Anleitungen und Checklisten) für eine zielgruppenspezifische Ansprache von Waldbesitzern und Öffentlichkeitsarbeit sind bereits in Teilen umgesetzt. Ein Probelauf der neuen Instrumente in den Projektregionen soll 2019 die Praxistauglichkeit prüfen und eine anschließende Anpassung ermöglichen. Im Januar 2020 werden die Instrumente kostenlos und auch über die Projektlaufzeit hinaus zur Verfügung gestellt.

Forstwirtschaftliche Zusammenkünfte sowie in der Waldbesitzerberatung tätige Förster und Dienstleister können ihren Kunden- und Mitgliederkreis erweitern. Durch aktive, regelmäßige und persönliche Kommunikation mit den Mitgliedern wird eine langfristige Mitgliederbindung gefördert. Besonders gut eignen sich hierfür Aufmerksamkeitsfenster, bei denen die Waldbesitzer mit ihrem Waldbesitz konfrontiert sind. Es lassen sich dabei unterschiedliche Informationskanäle sowohl für die Aktivierung bereits vorhandener als auch zur Akquirierung von neuen Mitgliedern und Kunden nutzen.

Literaturhinweise:

- [1] SUDA, M.; SCHAFFNER, S.; HUML, G. (2009): Der Wandel als Motor. Veränderte Rahmenbedingungen als Herausforderung für die forstlichen Zusammenschlüsse. In: LWF Waldforschung aktuell 16, S. 10-12. [2] SCHRAML, U. (2006): Der „Urbane Waldbesitzer“ – das unbekannte Wesen. Manche sehen ihn als Patienten, andere als Geschäftspartner. Im Schatten der Logistikkette. In: LWF Waldforschung aktuell 13, S. 24-25. [3] KRAUSE, E. (2010): „Urbane Waldbesitzer“. Analyse der Perspektiven Bayerischer Beratungsförster und nichtbäuerlicher Waldbesitzer zum Thema „Urbane Waldbesitzer“ anhand motivationspsychologischer Theorien. Dissertation. Technische Universität München, Freising.

Nancy Koller,
n.koller@tum.de
und Dr. Anika Gaggermeier
bearbeiten das Projekt KomSilva
am Lehrstuhl für Wald- und
Umweltpolitik an der Technischen
Universität München.

